



Management Service

**Mehr Sicherheit.  
Mehr Wert.**

## **Anforderungskatalog**

zur Bewertung und Zertifizierung  
von Online-Shops

Elektronischer Geschäftsverkehr zwischen  
Unternehmen und Privatkunden  
'Business to Consumer'

Version 4.2  
Stand: 20.07.2010

### Hinweis:

Dieser Katalog wird auf verschiedene Arten von Online-Einkaufsvorgängen angewendet (z.B. Kauf von Waren, Dienstleistungen, Online-Services).

© TÜV SÜD Management Service GmbH

Handelsregister München HRB 105439  
Id.-Nr. DE 163924189  
HypoVereinsbank München 2 711 885  
BLZ 700 202 70

Geschäftsführer:  
Prof. Dr. Peter Schaff

Telefon: +49 89 5791-4300  
Telefax: +49 89 5155-1097  
[www.safer-shopping.de](http://www.safer-shopping.de)  
**TÜV**<sup>®</sup>

TÜV SÜD Management Service GmbH  
Kunden-Kompetenz-Center Internet  
Ridlerstraße 65  
80339 München  
Deutschland



## Inhalt

|          |  |          |
|----------|--|----------|
| <b>1</b> | <b>Organisatorische Anforderungen</b>                      | <b>3</b> |
| 1.1      | Verpflichtung auf die Anforderungen                        | 3        |
| 1.2      | Vermittlung der Anforderungen                              | 3        |
| 1.3      | Festlegung von Verantwortlichkeiten                        | 3        |
| 1.4      | Einsatz wirksamer Verfahren                                | 3        |
| 1.5      | Bereitstellung der erforderlichen Mittel                   | 3        |
| 1.6      | Bewertung der Kundenzufriedenheit                          | 3        |
| 1.7      | Bewertung der Konformität                                  | 3        |
| 1.8      | Ständige Verbesserung                                      | 3        |
| <b>2</b> | <b>Datensicherheit</b>                                     | <b>3</b> |
| 2.1      | Sicherheitskonzept   | 3        |
| 2.2      | Sicherheitsmaßnahmen                                       | 3        |
| 2.3      | Umgang mit Betriebsstörungen und Notfällen                 | 4        |
| <b>3</b> | <b>Datenschutz</b>   | <b>4</b> |
| 3.1      | Beauftragter für den Datenschutz                           | 4        |
| 3.2      | Verpflichtungen zum Datenschutz                            | 4        |
| 3.3      | Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten | 5        |
| 3.4      | Unterrichtung des Nutzers                                  | 5        |
| 3.5      | Weitere Datennutzung                                       | 5        |
| 3.6      | Nutzungsprofile  | 5        |
| 3.7      | Einsatz von Cookies  | 5        |
| 3.8      | Rechte der Betroffenen                                     | 5        |
| <b>4</b> | <b>Online-Inhalte und Prozesse</b>                         | <b>6</b> |
| 4.1      | Beschränkung von Angeboten und Inhalten                    | 6        |
| 4.2      | Werbung  | 6        |
| 4.3      | Allgemeine Angaben   | 6        |
| 4.4      | Leistungsdetails und Kosten                                | 6        |
| 4.5      | Recherche, Auswahl und Bestellung                          | 7        |
| 4.6      | Bezahlvorgang  | 8        |
| 4.7      | Lieferung  | 8        |
| 4.8      | Kundenservice  | 8        |
| 4.9      | Widerruf- und Rückgaberecht                                | 8        |

Anhang 1: Externe Angebote

Anhang 2: Disclaimer



## 1 Organisatorische Anforderungen

### 1.1 Verpflichtung auf die Anforderungen

Die für das Internet-Angebot und die dazugehörigen Geschäftsprozesse verantwortlichen Mitarbeiter verpflichten sich, alle Anforderungen aus diesem Katalog und alle relevanten gesetzlichen Bestimmungen zu erfüllen. Sie weisen die Übernahme dieser Verantwortung durch geeignete Maßnahmen nach.

### 1.2 Vermittlung der Anforderungen

Die in diesem Katalog aufgeführten Anforderungen werden in der Organisation allen davon betroffenen Mitarbeitern in angemessener Art und Weise vermittelt.

### 1.3 Festlegung von Verantwortlichkeiten

Zur Erfüllung aller Anforderungen sind Verantwortlichkeiten und Befugnisse in der Organisation vollständig und eindeutig festgelegt. Es existiert eine angemessene Stellvertreterregelung.

### 1.4 Einsatz wirksamer Verfahren

Es sind Verfahren wirksam, die geeignet sind, die Anforderungen in der Organisation umzusetzen. Diese Verfahren sind konsistent mit den Aussagen und Inhalten des Online-Angebots.

### 1.5 Bereitstellung der erforderlichen Mittel

Die notwendigen und geeigneten Mittel zur Erfüllung der Anforderungen werden bereitgestellt (z.B. geschultes Personal, erforderliche Infrastruktur).

### 1.6 Bewertung der Kundenzufriedenheit

Die Organisation ermittelt und bewertet regelmäßig Kundenanforderungen und die Zufriedenheit der Kunden.

### 1.7 Bewertung der Konformität

Die Organisation bewertet ihre Konformität bzgl. der Anforderungen, um deren Einhaltung nachhaltig sicherzustellen.

### 1.8 Ständige Verbesserung

Das Ergebnis der Bewertung von Kundenzufriedenheit und Konformität zu diesem Anforderungskatalog wird zur ständigen Verbesserung der Organisation verwendet.

## 2 Datensicherheit

### 2.1 Sicherheitskonzept

Um die Inhalte des Online-Angebots und die personenbezogenen Daten von Nutzern und Kunden angemessen zu schützen, existiert ein geeignetes Sicherheitskonzept. Der Anbieter setzt sich mit möglichen Bedrohungen auseinander. Schutzziele und Schutzbedarf werden festgelegt und aktuell gehalten. Auf dieser Basis werden angemessene Sicherheitsmaßnahmen festgelegt.

### 2.2 Sicherheitsmaßnahmen

Die im Sicherheitskonzept enthaltenen Sicherheitsmaßnahmen wirken allen relevanten Bedrohungen in angemessener Weise entgegen und entsprechen dem Stand der Technik. Zu schützen sind alle an der Geschäftsabwicklung beteiligten Bereiche, soweit sie von dem Anbieter beeinflusst werden können. Insbesondere sind dies die beim Anbieter oder in dessen Auftrag betriebenen Verfahren und Einrichtungen sowie der Datenübertragungsweg zwischen Anbieter und Kunde. Dazu werden in angemessenem Umfang auch die folgenden Maßnahmen ergriffen:

- a) Bei der Auswahl von Personal werden Sicherheitsaspekte berücksichtigt (z.B. angemessene Qualifikation).
- b) Die Zuständigkeiten für die Sicherheit von personenbezogenen Daten sind eindeutig zugeordnet und beschrieben. Die bestehenden organisatorischen Rahmenbedingungen werden dabei ausreichend berücksichtigt.
- c) Systeme und Applikationen (z.B. Web-, Applikationsserver, Datenbanken und Backoffice-Systeme) sind in fachgerechter Weise installiert und werden auf einem aktuellen Sicherheitsstand gehalten.
- d) Sicherheitsrelevante Einstellungen werden sorgfältig geplant und sind nachvollziehbar.
- e) Die Installation von nicht freigegebener Software ist verboten.
- f) Es ist ein wirksamer Schutz vor Viren vorhanden und aktiv.



- g) Der Zugang zu personenbezogenen Daten ist durch geeignete bauliche Infrastruktur gesichert. Die Zutrittsrechte sind geregelt.
- h) Es haben nur authentifizierte Personen Zugriff auf personenbezogene Daten. Für passwortgeschützte Bereiche finden angemessene Richtlinien zur Passwortsicherheit Anwendung. Die Rechtevergabe erfolgt gemäß einschlägiger Aufgaben ('need to do' Prinzip).
- i) Informationsträger mit personenbezogenen Daten werden sicher aufbewahrt.
- j) Personenbezogene Daten werden regelmäßig gesichert. Dabei werden die einschlägigen Datenschutzbestimmungen (siehe auch Kap. 3) berücksichtigt.
- k) Zum Schutz der Privatsphäre von Nutzern wird eine angemessene Verschlüsselungstechnologie eingesetzt. Personenbezogenen Daten können verschlüsselt eingegeben werden. Für Zahlungsinformationen und bei Übermittlung besonders schutzwürdiger Daten finden Schlüssellängen von mindestens 128 Bit für symmetrische Verfahren und 1024 Bit für asymmetrische Verfahren Verwendung. Zusätzlich kann eine unverschlüsselte Datenübertragung angeboten werden, wenn eindeutig und im Kontext die verschlüsselte Übertragung empfohlen wird.
- l) Zum Schutz gegen Angriffe von außen wird eine Firewall oder ein vergleichbarer Schutzmechanismus eingesetzt.
- m) Ist es für die Sicherheit der Geschäftsabwicklung erforderlich, dass auf Kundenseite bestimmte technische Komponenten (Software oder Hardware) installiert oder besondere Einstellungen vorgenommen werden, so wird darauf hingewiesen und die Vorgehensweise erläutert.
- n) Der Kunde wird über Schadensrisiken bei herunterladbaren Programmen informiert (Schadensrisiken sollten durch den Einsatz von Zertifizierungs-Systemen für diese Programme vermindert werden); die Systemvoraussetzungen werden angegeben.

### 2.3 Umgang mit Betriebsstörungen und Notfällen

Es ist ein schlüssiges Konzept für den Umgang mit Betriebsstörungen und Notfällen vorhan-

den. In diesem Konzept sind verantwortliche Personen bzw. Rollen benannt und deren Befugnisse geregelt.

## 3 Datenschutz

Zum Schutz der personenbezogenen Daten von Nutzern und Kunden sind die einschlägigen gesetzlichen Vorschriften zu beachten (z.B. Telemediengesetz - TMG, Bundesdatenschutzgesetz - BDSG). Insbesondere sind die folgenden Anforderungen einzuhalten:

### 3.1 Beauftragter für den Datenschutz

- a) In Firmen, in denen mindestens 10 Personen ständig mit der automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten beschäftigt sind, ist gem. § 4f BDSG ein Datenschutzbeauftragter (DSB) bestellt.
- b) Der DSB erstellt (ggf. mit weiteren Personen) eine Übersicht über alle mit dem Online-Vertrieb verbundenen Verfahren zur Datenerhebung, -Verarbeitung und -Nutzung.
- c) Der DSB wird rechtzeitig in datenschutzrelevante Weiterentwicklungen des Online-Vertriebs eingebunden.

### 3.2 Verpflichtungen zum Datenschutz

- a) Mitarbeiter, die mit personenbezogenen Daten in Berührung kommen, wurden auf das Datengeheimnis verpflichtet und vorher einschlägig belehrt.
- b) Werden personenbezogene Daten an Dritte übermittelt oder für Dritte zur Einsicht oder zum Abruf bereitgehalten, so ist durch schriftliche Vereinbarungen sicherzustellen, dass der Dritte angemessene, dem BDSG entsprechende Maßnahmen zum Schutz der übermittelten Daten getroffen hat.
- c) Werden personenbezogene Daten durch externe Auftragnehmer erhoben, verarbeitet oder anderweitig genutzt oder wird die Wartung von Datenverarbeitungsanlagen durch externe Auftragnehmer vorgenommen und kann hierbei ein Zugriff auf personenbezogene Daten nicht ausgeschlossen werden, so ist gem. § 11 BDSG ein schriftlicher Auftrag zur Auftragsdatenverarbeitung zu erteilen.



### 3.3 Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten

- a) Ohne Einwilligung des Nutzers dürfen personenbezogene Daten nur dann erhoben, verarbeitet und genutzt werden, soweit dies für die Begründung, Ausgestaltung oder Änderung eines Vertragsverhältnisses erforderlich ist. Sobald der vorgenannte Zweck der Datenspeicherung nicht mehr gegeben ist, werden die Daten gelöscht. An Stelle der Löschung kann eine Sperrung vorgenommen werden, wenn für diese Daten eine gesetzliche oder vertragliche Aufbewahrungsfrist besteht.
- b) Angebote, die sich an Minderjährige richten, werden nicht dazu benutzt, ohne Wissen und Einwilligung der Erziehungsberechtigten personenbezogene Daten der kindlichen Nutzer oder von Personen aus dem häuslichen Umfeld zu erfassen, auszuwerten oder an Dritte weiterzugeben.

### 3.4 Unterrichtung des Nutzers

- a) Der Nutzer wird zu Beginn des Nutzungsvorgangs über Art, Umfang und Zweck der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten unterrichtet, sofern eine solche Unterrichtung nicht bereits erfolgt ist. Diese Unterrichtung muss stets abrufbar sein. Weitere Empfänger der Daten werden benannt.
- b) Spezifische Informationen zum Zweck der Datenverarbeitung sollten auch im Kontext bei der Erhebung der Daten angegeben werden.

### 3.5 Weitere Datennutzung

- a) Soll der Nutzer zum Zweck der Beratung, Werbung, Marktforschung oder zur bedarfsgerechten Gestaltung des Informationsangebotes angesprochen werden, ist dieser vorab über den jeweiligen Zweck und sein jederzeitiges Widerspruchsrecht zu informieren. Diese Information kann jederzeit abgerufen werden; sie wird mit jeder werblichen Ansprache übermittelt. Eine Widerspruchsmöglichkeit muss auch auf elektronischem Wege möglich sein.
- b) Eine werbliche Ansprache von Kunden bzw. Interessenten mittels elektronischer Kommunikationsmittel (z. B. Newsletter per E-Mail) ist nur zulässig, soweit diese ausdrücklich eingewilligt haben. Ausnah-

men von dieser ausdrücklichen Einwilligung sind nur im Rahmen von § 7 Abs. 3 UWG zulässig.

- c) Einwilligungserklärungen können elektronisch durch eindeutige und bewusste Handlung des Nutzers erfolgen (z.B. durch selbstständiges Aktivieren einer Check-box). Mit jeder werblichen Ansprache erhält der Betroffene die Möglichkeit, von seinem Widerspruch unmittelbar Gebrauch zu machen (z.B. über eine Internetadresse).

### 3.6 Nutzungsprofile

Nutzungsprofile werden ohne aktive Zustimmung des Nutzers nur anonym oder unter Verwendung von Pseudonymen erstellt, die nicht mit dem Träger des Pseudonyms zusammengeführt werden. Der Nutzer ist ggf. auf sein Recht, dieser Verwendung seiner Daten zu widersprechen, vorab hingewiesen worden.

### 3.7 Einsatz von Cookies

Über den Einsatz und die Funktionalität der ggf. eingesetzten Cookies wird der Nutzer in konkreter und verständlicher Weise informiert. Weiter informiert der Online-Händler den Kunden darüber, was passiert, wenn er den Einsatz von Cookies ablehnt oder welche Schadensrisiken ggf. mit dem Einsatz verbunden sein können.

### 3.8 Rechte der Betroffenen

Der Online-Händler erteilt Betroffenen kostenlos und umgehend Auskunft über die zu ihrer Person oder ihrem Pseudonym gespeicherten Daten. Diese Auskunft kann auf Wunsch der Betroffenen auch elektronisch erteilt werden. Weiterhin werden personenbezogene Daten auf Wunsch der Betroffenen berichtigt, sofern sie unrichtig sind, personenbezogene Daten können gelöscht oder gesperrt werden.



## 4 Online-Inhalte und Prozesse

Für die Erstellung, Implementierung und Pflege von Online-Inhalten ist ein geeignetes Verfahren definiert worden. Es findet eine angemessene Qualitätssicherung der Online-Inhalte statt. Diese werden aktuell gehalten.

### 4.1 Beschränkung von Angeboten und Inhalten

Es werden keine Angebote und Inhalte angeboten, die außerhalb der gesetzlichen Bestimmungen liegen. Insbesondere sind die Bestimmungen des Jugendschutzgesetzes (JuSchG) und des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) einzuhalten.

### 4.2 Werbung

Werbende oder werbeähnliche elektronische Angebote (z.B. Preisnachlässe, Gewinnspiele) sind klar als solche erkennbar. Der Auftraggeber ist klar identifizierbar.

### 4.3 Allgemeine Angaben

Dem Kunden werden vor Vertragsabschluss folgende allgemeine Informationen zur Verfügung gestellt:

- a) Voller Name und Identität des Online-Händlers:
  - Name, Anschrift und Rechtsform des Unternehmens, unter der es seinen Sitz hat und ladungsfähig ist.
  - Bei juristischen Personen: der Name des Vertretungsberechtigten.
  - Je nach der Rechtsform des Anbieters werden Handelsregister-, Vereinsregister-, Partnerschaftsregister- oder Genossenschaftsregisternummer und das entsprechende Registergericht angegeben.
  - Soweit vorhanden, wird die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gem. § 27a UStG genannt.
- b) Will der Anbieter den Kreis der Kunden einschränken, macht er dies z.B. mit einer Länderliste deutlich. Die Sprachwahl kann ein Kriterium für die Auswahl des Adressatenkreises sein.
- c) Allgemeine Vertragsbedingungen sind leicht erreichbar-, speicher- und ausdrückbar. Der Text soll klar strukturiert und für den Kunden einfach lesbar sein. Der Anbieter ist dafür verantwortlich, dass von ihm ver-

wendete AGB dem auf den jeweiligen Vertrag anwendbaren nationalen Rechtsordnungen vorgesehenen Informationspflichten müssen in der dafür vorgesehenen Form erfüllt werden. Der Kunde wird informiert, ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss vom Online-Händler gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist.

- d) Der Online-Händler gibt Auskunft über alle einschlägigen Verhaltenskodizes, denen er sich unterwirft; er informiert über die Möglichkeit eines elektronischen Zugangs zu diesen Regelwerken.

### 4.4 Leistungsdetails und Kosten

Um Nutzern ein umfassendes Bild der Leistungen und den damit verbundenen Kosten zu vermitteln, werden die folgenden Informationen zur Verfügung gestellt:

- a) Informationen vor Vertragsabschluss:
  - Wesentliche Merkmale der Ware, sowie Hinweise zu deren Nutzung und eventueller technischer und sonstiger Voraussetzungen, die die Nutzung des Produktes, z.B. aufgrund unterschiedlicher nationaler Standards, einschränken können.
  - Information, wann der Vertrag zustande kommt.
  - Mindestlaufzeit des Vertrags, wenn dieser eine dauernde oder regelmäßig wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat.
  - Vorbehalt, eine in Qualität und Preis gleichwertige Leistung zu erbringen, und einen Vorbehalt, die versprochene Leistung im Falle ihrer Nichtverfügbarkeit nicht zu erbringen.
  - Preis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller Steuern und sonstiger Preisbestandteile (z.B. Mehrwertsteuer) und ggf. zusätzlich anfallende Liefer- und Versandkosten. Es ist für den Kunden klar erkenntlich, welche Bestandteile in den geforderten Preisen enthalten sind. Bei einer Aufgliederung der Preise ist der Endpreis besonders hervorgehoben. In angemessenem Umfang wird auch über Zölle informiert.
  - Einzelheiten hinsichtlich der Zahlung. Dazu gehören umfassende Informatio-



nen über Zahlungswege, besondere Zahlungsbedingungen auf Seiten des Anbieters (z.B. besonderes Entgelt für das Zahlungsverfahren), Zeitpunkt des Zahlungsvorganges bei Einzugsermächtigung, Kreditkartenzahlungen oder einer elektronischen Zahlung.

- Einzelheiten hinsichtlich der Lieferung oder Erfüllung (z.B. voraussichtlicher Liefertermin; auf Einschränkungen im Liefergebiet sollte ggf. schon auf der Startseite hingewiesen werden).
  - Bestehen eines Widerrufs- oder Rückgaberechts (siehe Kap. 4.9).
  - Kosten, die dem Verbraucher durch die Nutzung der Fernkommunikationsmittel entstehen, sofern sie über die üblichen Grundtarife, mit denen der Verbraucher rechnen muss, hinausgehen.
  - Gültigkeitsdauer befristeter Angebote, insbesondere hinsichtlich des Preises, sowie mögliche Änderungen von Preisen und Nebenkosten nach der Bestellung.
- b) Spätestens bei Lieferung der Waren werden die Informationen nach Kap. 4.3 a) und 4.4 a) (Absätze 1-8) dem Verbraucher in Textform zur Verfügung gestellt. Zusätzlich werden dabei die folgenden Informationen besonders hervorgehoben:
- Informationen über die Bedingungen, Einzelheiten der Ausübung und Rechtsfolgen des Widerrufs- oder Rückgaberechts sowie über den Ausschluss des Widerrufs- oder Rückgaberechts (siehe auch Kap. 4.9).
  - Anschrift der Niederlassung des Unternehmers, bei der der Verbraucher Beanstandungen vorbringen kann sowie eine ladungsfähige Anschrift des Unternehmers und den Namen eines Vertretungsberechtigten.
  - Informationen über Kundendienst und geltende Gewährleistungs- und Garantiebedingungen.
  - Kündigungsbedingungen bei Verträgen, die ein Dauerschuldverhältnis betreffen und für eine längere Zeit als ein Jahr oder für unbestimmte Zeit geschlossen werden.

#### 4.5 Recherche, Auswahl und Bestellung

Die Funktionen im Zusammenhang mit der Recherche, Auswahl und Bestellung von Produkten und Dienstleistungen sind korrekt, übersichtlich und einfach handhabbar.

- a) Es ist einfach, sich einen Überblick über die angebotenen Leistungen zu verschaffen.
- b) Die einzelnen Schritte, die zu einem Vertragsabschluss führen, sind einfach zu erkennen.
- c) Alle relevanten Informationen (wie z.B. über Anbieter, Leistungen, Bestellbedingungen, Datenschutz) können einfach erreicht werden. Sie sind verständlich und sinnvoll im Kontext angeboten.
- d) Abfragen von Angeboten und Leistungen werden korrekt ausgeführt; die Inhalte sind logisch und konsistent.
- e) Der Nutzer erhält jederzeit einen Überblick über die ausgewählten Leistungen und deren Preise.
- f) Vor der Bestellung werden alle ausgewählten Leistungen mit Einzel- und Gesamtpreisen (inkl. aller Preisbestandteile) zusammenfasst.
- g) Waren können einzeln vor der Bestellung wieder „zurückgelegt“ werden.
- h) Bei Eingaben durch den Nutzer kann dieser klar erkennen, welche Eingaben notwendig und welche optional sind.
- i) Eingabefehler können erkannt und berichtigt werden.
- j) Der Nutzer erkennt vorher eindeutig, wann genau er die Bestellung vornimmt und ein Vertrag zustande kommt. Dabei ist es für den Kunden deutlich, dass er nun bei der Bestellung angekommen ist und sein nächster „Klick“ zum Abschluss eines Kaufvertrages führt.
- k) Der Nutzer kann den Bestellvorgang jederzeit abbrechen, ohne dass eine Bestellung getätigt wurde.
- l) Der Zugang der Bestellung wird dem Kunden unverzüglich auf elektronischem Weg bestätigt.



#### 4.6 Bezahlvorgang

Die grundlegenden Funktionen im Zusammenhang mit der Bezahlung sind korrekt, übersichtlich und leicht handhabbar.

- a) Es ist einfach, sich einen Überblick über die angebotenen Bezahlverfahren zu verschaffen.
- b) Einzelheiten zum Bezahlvorgang (Kap. 4.4 a) sind verständlich und sinnvoll im Kontext angeboten.
- c) (Elektronische) Bezahlvorgänge werden korrekt und gemäß der getroffenen Auswahl ausgeführt.
- d) Der Kunde erhält eine Zahlungsbestätigung, die eindeutig der Bestellung zuzuordnen ist (z.B. eindeutige Kennzeichnung auf dem Kontoauszug).

#### 4.7 Lieferung

Es existiert ein wirksames Verfahren bezüglich der zeitgerechten und vollständigen Lieferung der bestellten Produkte.

- a) Die Lieferung erfolgt innerhalb der dem Kunden genannten Lieferfrist.
- b) Der Online-Händler schließt ggf. Vereinbarungen mit seinen (Zu-)Lieferanten ab, durch welche Liefersicherheit und Lieferfristen gewährleistet werden.
- c) Bei Nichteinhalten des Liefertermins wird der Kunde umgehend informiert.
- d) Wenn die bestellten Produkte zum vereinbarten Termin nicht direkt an die vereinbarte Lieferadresse geliefert werden können, so können diese auf eine andere angemessene Art und Weise in Empfang genommen werden.

#### 4.8 Kundenservice

Der Online-Händler bietet einen angemessenen Kundenservice an (z. B. Hilfestellung zur Nutzung des Online-Angebots, Detail-Informationen zu Leistungen, Abwicklung von Bestellungen und Reklamationen).

- a) Kunden haben die Möglichkeit, mit dem Online-Händler Kontakt aufzunehmen. Neben einer e-Mail-Adresse sollte dem Kunden auch unter einer Telefonnummer die zügige Kontaktaufnahme zu einem angemessenen Verbindungspreis erlaubt werden.

- b) Anfragen und Reklamationen von Kunden werden in einem angemessenen Zeitraum sachgerecht beantwortet. Wenn eine kurzfristige Antwort nicht möglich ist, erfolgt vorab eine Rückmeldung.
- c) Bei Ansprache des Kunden per E-Mail sind der volle Name sowie die Identität des Online-Händlers anzugeben.

#### 4.9 Widerruf- und Rückgaberecht

Kunden wird ein mindestens 14-tägiges Widerrufs- oder Rückgaberecht eingeräumt. Die Frist beginnt mit dem Zeitpunkt, zu dem dem Kunden eine deutlich gestaltete Belehrung über sein Widerrufs- oder Rückgaberecht in Textform mitgeteilt worden ist. Bei Waren beginnt diese Frist bei deren Lieferung.

- a) Die Rückgabe sollte für den Kunden möglichst einfach sein. Hierfür sollte ein leicht zugängliches Formular bereitgestellt werden.
- b) Bei Widerruf oder Rückgabe werden vorab geleistete Zahlungen innerhalb von 30 Tagen zurückerstattet.
- c) Es ist geregelt, wer die Kosten einer Rücksendung übernimmt. Wenn ein Widerrufsrecht besteht, dürfen dem Verbraucher die regelmäßigen Kosten der Rücksendung vertraglich auferlegt werden, wenn der Preis der zurückzusendenden Sache einen Betrag von 40 Euro nicht übersteigt oder wenn bei einem höheren Preis der Sache der Verbraucher die Gegenleistung oder eine Teilzahlung zum Zeitpunkt des Widerrufs noch nicht erbracht hat, es sei denn, dass die gelieferte Ware nicht der bestellten entspricht. Wenn anstelle des Widerrufsrechtes ein Rückgaberecht vereinbart wurde, muss der Shop-Anbieter in jedem Fall die Kosten der Rücksendung tragen.

---

Das Widerrufsrecht muss nicht in Fällen bestehen, die gem. BGB § 312 d ausgeschlossen sind. Dies betrifft z. B. die Lieferung von Waren, die nach Kundenspezifikation angefertigt werden oder die aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht für eine Rücksendung geeignet sind oder schnell verderben können.



## Anhang 1: Externe Angebote

Online-Händler arbeiten ggf. mit einer Anzahl von Partnern im Frontend-Bereich zusammen (eingebunden durch externe Links). Diese Partner werden je nach Aufgabenbereich unterschiedlich kategorisiert und die *s@fer-shopping*-Anforderungen an die Partner korrelieren mit der jeweiligen Aufgabe.

Die folgende Übersicht zeigt die unterschiedlichen Partnertypen und die dafür relevanten Anforderungen:

| <b>Partnerart / Aufgabe</b>   | <b>Anforderungen</b>  |
|---|---|
| Anwendung zur Recherche und Bestellung auf Basis der Bedingungen eines unabhängigen Dritten (Einbindung eines externen Services, z. B. Online-Fotoservice, Blumenversand, Reiseangebote). | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eindeutige Kennzeichnung als „extern“.</li> <li>- Anbieterkennzeichnung des Partners.</li> <li>- Datenschutz und Datensicherheit sollen bei der Auswahl der Partner ausreichend berücksichtigt werden. Zahlungsinformationen (wie Kreditkartennummern) müssen grundsätzlich angemessen geschützt übertragen werden (z.B. SSL 128 Bit).</li> <li>- Kein Gegenstand der <i>s@fer-shopping</i>-Zertifizierung.</li> </ul> |
| Bereitstellung zusätzlicher Informationen (z. B. Externe Produktbewertungen, externe Foren, Chats oder Blogs)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eindeutige Kennzeichnung als „extern“.</li> <li>- Kennzeichnung der Art des Angebots.</li> <li>- Kein Gegenstand der <i>s@fer-shopping</i>-Zertifizierung.</li> </ul>  |

Der Auftraggeber der Zertifizierung hat eventuell erforderliche Genehmigungen für eine partielle Überprüfung der Partner zu veranlassen.



## Anhang 2: Disclaimer

Die TÜV SÜD Management Service GmbH (TSMS) hat Anforderungskataloge entwickelt, die die Voraussetzungen enthalten, unter denen das Prüfzeichen an Online-Händler vergeben wird.

Die Anforderungskataloge definieren innerhalb der Kernkompetenzen der TSMS technische und ergonomische Anforderungen sowie Anforderungen an die Organisationsstruktur bezüglich des Online-Fernabsatzes, die vor der Vergabe des Zeichens *s@fer-shopping* erfüllt sein müssen. Das Prüfzeichen *s@fer-shopping* erhalten Online-Händler erst nach einer sorgfältigen Prüfung gegen diese Anforderungen. Dennoch kann TSMS keine Garantie übernehmen, dass alle zugrundeliegenden Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen vom Online-Händler immer eingehalten werden.

Die technischen und ergonomischen Anforderungen haben sich im Wesentlichen an den gesetzlichen Regelungen und Vorgaben zu orientieren. Aus diesem Grunde enthält der Anforderungskatalog auch dem Gesetzeswortlaut entsprechende Kriterien. Die Vergabe des Kennzeichens *s@fer-shopping* an Online-Händler ersetzt eine rechtliche, steuerrechtliche oder betriebswirtschaftliche Beratung nicht.

Die Prüfung des Internetangebotes auf Übereinstimmung mit dem durch die TSMS erstellten Anforderungskatalog beinhaltet keine rechtliche Prüfung im Sinne des Rechtsberatungsgesetzes. Insbesondere findet keine Prüfung auf Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften statt soweit diese über die Aufstellung technischer und ergonomischer Anforderungen und das Nutzerverständnis, insbesondere das des Käufers, hinausgehen.

Die TSMS weist ausdrücklich darauf hin, dass mit dem Auftrag zur Überprüfung des Internet-Angebotes ein Auftrag im Sinne einer rechtlichen Beratung nicht einhergeht; individualisierte rechtliche Empfehlungen oder rechtliche Hinweise werden nicht gegeben.